

102019

584571
9641

美 与 审 美

徐之梦 秦 逸 吴仁援

ms20/06



机 械 工 业 出 版 社

(京)新登字054号

人们普遍关心提高美的修养和艺术欣赏水平,以美化生活和提高素质。本书提供的内容深入浅出地阐明了美学基本原理,重点围绕着人们的日常文化生活阐述了悲剧、喜剧、人格、人体、爱情、体育、服饰、居室、工艺品、工业品、文学、音乐、绘画、舞蹈、影视、色彩、园林等现实美与艺术美的审美特征,并指出当代审美的特征与趋势。

本书文笔洒脱,内容通俗易懂,结合现实,理论性、知识性、趣味性融为一体。适合于中等以上文化水平的读者阅读,并可作为理工科大中专院校美学课的选修教材。

美 与 审 美

徐之梦 秦 逸 吴仁援

机械工业出版社出版(北京阜成门外百万庄南街一号)

邮政编码:100037

(北京市书刊出版业营业许可证出字第117号)

北京大兴兴达印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行·新华书店经售

开本 $787 \times 1092^{1/32}$ ·印张 $15^{1/8}$ ·字数 331千字

1993年5月北京第1版·1993年5月北京第1次印刷

印数 0 001—1 300·定价:19.50元

ISBN 7-111-03630-1/G·188

目 录

第一章 审美活动.....	1
一、审美需求.....	1
二、审美把握.....	4
三、审美能力.....	8
四、审美条件.....	10
五、审美态度.....	12
第二章 美.....	15
一、审美对象.....	15
二、美的特征.....	16
三、美的根源.....	23
四、美的本质.....	25
五、美的领域.....	31
六、美的形态.....	37
第三章 审美感知.....	41
一、审美感觉.....	41
二、审美知觉.....	51
第四章 审美联想与想象.....	63
一、什么是审美联想.....	63
二、审美联想的形式.....	65
三、审美联想的意义.....	70
四、什么是审美想象.....	73
五、再造性想象.....	78
六、创造性想象.....	80
第五章 审美情感.....	86

一、什么是审美情感	86
二、审美情感活动与形象	89
三、审美情感与感知、联想、想象	90
四、审美移情	95
五、审美情感活动的复杂性和多面性	97
六、审美情感的表现性	99
第六章 审美理解	106
一、什么是审美理解	106
二、审美理解的条件	108
三、审美理解的特征	111
四、审美心理结构综观	116
第七章 审美趣味	118
一、什么是审美趣味	118
二、审美趣味的生成	120
三、个人趣味和社会趣味	120
四、关于“趣味无争辩”	122
五、当代审美趣味综观	124
第八章 审美理想	126
一、什么是审美理想	126
二、历史上的审美理想	127
三、社会主义审美理想	129
四、艺术家在审美理想建设中的使命	131
第九章 审美标准	134
一、什么是审美标准	134
二、个体审美标准	136
三、社会审美标准	137
四、审美标准的真理性	138
第十章 审美的社会历史具体性	141
一、审美意识的时代差异性和延续性	141

二、审美的流行性	143
三、审美的民族性	146
四、审美的阶级性与非阶级性	147
五、审美的个体性	150
第十一章 优美审美·壮美审美·崇高审美	154
一、优美审美	154
二、壮美审美	156
三、崇高审美	159
第十二章 悲剧审美	163
一、悲剧的本质与类型	163
二、悲剧美感	170
三、社会主义社会悲剧审美	174
第十三章 喜剧审美	176
一、喜剧的本质与类型	176
二、讽刺与幽默	178
三、喜剧美感	182
第十四章 人格美审美	186
一、人格美的特征	186
二、人格美的表现	187
三、人格美败坏现象析	194
四、人格美审美特点	195
第十五章 人体美审美	197
一、人体美是自然美与社会美的统一	197
二、对人体美的审美事关个体的全面发展和民族 体魄的优化	199
三、现代人体美的审美趋势	203
第十六章 爱情美审美	211
一、爱情的实质及其美感来源	211
二、爱情美的对应性	215

三、爱情美的超越性·····	220
第十七章 体育运动美审美·····	229
一、体育文化的提高是民族兴旺发达的标志·····	229
二、体育运动美构成的主要来源·····	230
三、体育运动美的主要形态·····	232
四、体育运动竞赛审美中利害意识的纠葛·····	237
第十八章 服饰美审美·····	239
一、服饰美的意义·····	239
二、服饰的社会特征与穿着·····	241
三、当代服饰审美趋势·····	244
第十九章 居室美审美·····	249
一、布置·····	250
二、采光与色彩·····	252
三、装修·····	255
四、家具·····	256
第二十章 工艺品美审美·····	257
一、工艺品的范围及特点·····	257
二、染织、陶瓷、编织工艺产品·····	258
三、雕塑工艺产品·····	262
四、玻璃、塑料、搪瓷工艺品·····	263
五、景泰蓝(嵌珐琅)·····	265
六、电镀工艺·····	266
第二十一章 工业品美审美·····	267
一、工业品美的范围、特征与审美·····	267
二、工业品的功能美与审美·····	271
三、工业品的造型美与审美·····	274
四、工业品造型的色彩美与审美·····	286
第二十二章 工业生产美审美·····	296
一、工业生产中人-机关系美审美·····	296

二、工业生产中人-环境关系美审美	311
三、设计、工艺、管理美	320
第二十三章 艺术美审美	323
一、无美不成其为艺术——美是艺术的本质属性	323
二、无时不有、无处不在——审美是艺术活动的动能	329
第二十四章 文学美审美	336
一、文学的传达工具——词语媒介的审美特征	336
二、文学体裁及其审美特征与审美	338
第二十五章 音乐美审美	350
一、音乐的审美特征	350
二、音乐的类别与审美功能	352
三、音乐创作、表演与欣赏	354
四、中国民族器乐与西方主要音乐流派的审美描述	360
第二十六章 绘画美审美	367
一、中国画的美学特征与成因	367
二、传统油画的美学特征与成因及现代派油画美学特征 的变异	374
三、绘画审美是一种审美的接受活动	381
第二十七章 舞蹈美审美	383
一、独立的审美对象——舞蹈美	383
二、舞蹈的审美	387
第二十八章 戏剧美审美	393
一、戏剧艺术的审美特征	393
二、戏剧美审美的环境空间	399
第二十九章 影视美审美	405
一、突破与制约——影视艺术的审美特质	405
二、录实与新造——影视艺术的本体审美元素	408
三、扩大与缩小——影视美的创造领域	411

四、影视艺术审美心理·····	416
第三十章 色彩美审美·····	418
一、色彩为什么美和色彩美审美特点·····	418
二、色彩一般原理简述·····	421
三、色彩生理感与情绪感·····	423
四、色彩审美表现力·····	425
五、色彩爱忌·····	429
六、色彩匹配·····	429
第三十一章 园林美审美·····	431
一、叠山理水·····	431
二、园林建筑·····	432
三、花木·····	434
四、历史文物·····	436
五、诗情画意与“画中游”·····	437
第三十二章 自然美审美·····	439
一、“花儿为什么这样红”——自然美的本质·····	439
二、和颜悦色——自然审美意识的形成与发展·····	441
三、秀外慧中——自然美的层次·····	443
四、仪态万方——自然美的审美客体特征·····	446
五、怡然自得——自然美的审美主体作用·····	449
第三十三章 当代审美的特征与趋势·····	452
一、迷恋于新技术艺术·····	452
二、实用审美的勃兴·····	453
三、自我美化的普及·····	455
四、快速、变化的节奏·····	455
五、高强度的流行性·····	456
六、软性形状与软性色调·····	457
七、抽象、模糊被接受·····	458
八、艺术审美的娱乐化与亚艺术的突起·····	458

九、审美的现代化与怀古幽情	459
十、旅游热的审美系列	460
第三十四章 加强社会主义审美建设	462
一、强化社会主义审美观的指导作用	462
二、有效控制文化市场	464
三、繁荣文艺，文艺为人民为社会主义服务	465
四、让工业设计开出灿烂之花	467
后记	472

第一章 审美活动

一、审美需求

人人都愿看漂亮的东西，听动听的旋律，闻芬芳的气味，使感官得到舒服快适，希望从欣赏美的对象中得到精神消遣，情感愉悦，扩大眼界，启通智慧。总之，希望悦耳、悦目、悦情、悦意，丰富和美化精神世界，这就是审美需求。

审美是人观照审美对象，获得审美享受，在审美把握的基础上按美的理想去改造世界的一种复杂的精神需求，是人所不可缺少的精神情感需求，是人所特有的高级精神生活。动物没有审美需求，有些动物的活动，例如蜜蜂、蝴蝶寻觅美丽花朵，孔雀开屏，鸟儿婉转啼鸣等等，那是它们的生理本能，是采集食物或吸引异性的需求活动，属于动物低级意识的表现，是非自觉的，不是审美。

审美的愉悦、享受和满足，不同于物质生活的享乐。物质生活毫无疑问是人的第一需要，是精神生活的基础。不过，物质生活所带来的快乐和享受，主要是物质实用的舒适和快乐，是对物质占有享用的心理满足。鄙视合理富有的物质需要显然是不对的，正当追求和享用丰富的高级物质财富也是无可非议的。社会主义解放生产力、发展生产力的目的，是满足广大群众日益提高的物质、文化要求。如果单纯沉溺物质满足而失去美好的精神需求，必然是庸庸碌碌、昏昏

疆疆。审美使人精神快乐、充实和高尚。精神的穷困使人生失去光彩，精神的卑俗使人生失去价值。从总体上说，精神生活代替不了物质生活，反之物质生活也代替不了精神生活，人的正常需求是丰富的物质和丰富的精神双重结构。

审美的愉悦和满足也不同于精神生活中其他的方面。人的精神生活是多面性的，包括文化、科学、伦理和日常的喜怒哀乐等等，审美是精神生活的一部分。审美无论就其对象、心理结构和效益都有其自身的特殊性，其主要方面是离开眼前声色货利的一种超越性的精神情感享受。也有与实际生活结合的一面。审美代替不了其他精神需要，其他精神生活也代替不了审美需要。这种相互不可替代性是它们在精神生活中的不同作用所构成的人的精神生活的完整性决定的。人的精神需要是现实功利与非现实功利的双重结构。

审美需要表现为两类取向。一类是以艺术为对象，艺术是美的独立形态，专门满足审美需要。艺术的创作要根据艺术创作规律来进行。另一类是以现实生活为对象，现实生活在美的源泉，但不是美的独立形态，审美需要是在实践功利基础上展开的。大量的实用产品，尤其是家用电器、文化用品、各种生活日用品、商品装璜、商业广告，人们不仅要求有好的实用功能，并且要求在实用功能之外给人以美的感受，要求物质创造与美的创造相结合，产品凝聚着实用和审美双重价值。人生存的各种社会物化环境，大如城市、街道、各种公共场所，小如宅院、居室，也越来越要求美化。人不仅按照自然规律创造物品、改造客观世界，而且必须按照美的规律创造产品、改造客观世界。现代大工业的生产更加显示着审美对提高劳动生产率的重要意义，在人—机器、人—生产环境的关系中，审美是生产力要素最佳结合的媒

剂，高技术要求高情感的平衡。

审美需要不但体现在自然人化中，还体现在人的自我人化中，人的心灵、人格、关系、行为要美，人的形体、仪表、服饰也要美。社会主义是人类的创举，要培养全面发展的人。

人类审美需要的范围、性质、深度，总体上决定于社会生产力发展水平，受制于人们物质生活丰裕程度和文化素质状况。社会物质生活富裕，文化素质高，审美文化一般就比较发达，层次高而丰富多彩。一个贫穷落后的社会，人们普遍为简单的吃穿奔波劳累，自然很难谈到高度审美需要。当然，还要看到审美社会性的另一个方面，审美性质受社会制度的制约。当代资本主义生产力虽然高度发达，但其主导的审美文化却是腐朽的。在社会主义社会里，两个文明一起抓，审美文化通常与经济建设同步发展，为物质文明建设提供精神动力。如果忽略精神文明建设也会出现黄色精神垃圾泛滥的现象。社会主义审美需要不是自发产物，是在坚持不懈向广大群众进行健康美育的基础上发展的。

审美需要从个体角度看，决定于个人的生活环境、经历、所受教育和艺术熏陶，并随这些条件的变化而相应改变。艺术对一个人的审美需要的影响，起着非常重要的作用。人的审美需要从根本上说是后天的、社会性的，而不是先天的、自然性的。人类在进化发展中，一代代积淀了审美文化，对悦目色彩、悦耳音乐的喜爱遗传下来。婴儿在意识混沌时期就表现出对颜色好看的玩物和母亲歌唱的喜欢。这是审美文化的本能。但作为审美需要毕竟是很浅层的，并有很强的生理性。个体复杂审美需要并非生而具有。常见有些书上说“爱美是人的天性”，这提法强调了审美需要的意

义，区别了人与动物的差异，是有道理的。但它是有条件的，不能泛用于人的各种情况。因为爱美不爱美并非人的一生活本性，不爱美而嗜丑者在少年以上任何年龄段都有人在，人之于美丑价值和人之于善恶价值一样，均非天性。

二、审美把握

审美活动是审美主体以审美客体为对象进行情感性的感受、体验和评价的过程。审美主体即进行审美活动的人，审美对象是艺术的美和现实的美。审美主体通过审美活动获得一种情感精神上的愉悦、陶醉和满足，形象地认识生活的本质，使情感得到美的熏陶，使心灵得到净化，人的精神、行为变得更加纯洁高尚，生活得更加丰富多彩。审美是人的的一种社会意识活动。

审美从活动形式上看，有审美享受和审美创造两个部分。审美享受是社会审美大众对美的接受，是一种内化过程，审美主体由美的对象激起美感，在精神上得到快乐和提升。审美活动中有主体的自我选择和情感的投入，在对于复杂审美对象的接受中有再创造的能动成分。但总体说来，审美享受以既存的审美对象为前提，美感的性质和程度由审美对象的特点予以规定，审美主体是审美对象的对象，在这个意义上，审美享受基本上是被动性的。审美创造主要是指艺术家的艺术创作和工业设计师的产品艺术造型设计的创造性活动。艺术家、工业设计师深入生活，把握时代脉搏，从现实中取材进行艺术加工，溶进自身的高于审美大众的审美意识，塑造出新的美的形象供大众去享受。这是一种自觉的创造过程，是审美意识的外化、物态化的过程。审美创造中也包含审美享受，但享受对于创造者不是最后目的而是创造高

品级美的始点。

审美大众当然不是单纯进行审美享受，在实践中也参与审美创造。不过，大众的创造是基层性质的，是艺术家专业创造的源泉。艺术家创造着高出基层性的审美对象，这审美对象培育着高水平的审美大众。审美水平提高了的审美大众又有更高的审美需求，推动审美创造向更高水平发展。一部社会审美文化史，就是一个审美享受与审美创造、审美主体与审美客体相互推动的辩证发展的历史流程。主体和客体的关系是辩证的相互依存、相互过渡和相互转化。

审美活动是通过个体的审美经验实现的。审美的内容、倾向性、形式决定于人们的社会实践和生活条件。人们的审美趣味、审美理想、审美标准具有一定的社会历史具体性，是一定时代条件下的产物。各时代条件下审美个体的审美意识中渗透着民族的阶级的群体意识，是个体心理与群体意识的统一。

审美活动从根本上说是一种认识活动，象一般认识的基本性质一样是人脑对客观世界的反映和把握。但审美又不同于一般认识，有它独特的特点，是一种特殊的认识。

一般认识是从实践出发，经过感性认识到达理性认识，认识过程由两个不同质的阶段构成。感性认识是认识的初级阶段，通过感觉、知觉和表象这些感性心理要素直接、具体地感知事物，所感知的是事物的现象、局部和外在联系，尚未达到本质的把握。理性认识是认识的高级阶段，是在感性认识的基础上对感知材料进行逻辑思维加工，通过概括形成表现事物共同性质的概念，利用概念进行判断、推理，从而反映客观事物的本质、整体和内在联系。概念、判断、推理是抽象思维形式，其特点是舍弃了感性具体，认识是抽象

性、间接性的。感性认识和理性认识当然并不互相绝缘，不是各以“纯粹”感性或“纯粹”理性孤立存在，而是互相依赖互相渗透的，感性认识总是在理性认识指导下进行，理性认识也总是以感性认识为基础。但作为认识的统一过程是两个不同性质的阶段，由感性到理性存在着质的飞跃。

作为特殊认识形式的审美活动，由感觉、知觉、表象、想象、思考、情感等心理要素构成，认识过程是这些要素自始至终浑然一体的复合运动过程，不存在由感性到理性由具体到抽象飞跃的不同阶段，直感与理解、认识与情感是融合在一起的。当审美主体面对一个审美对象的时候，审美感官感受了它，同时就激起情感活动，发挥联想和想象，并且也就达到理性的理解，各种心理要素互相作用推动美感深化，直到审美结束一直保持着对审美对象感性形式进行感受的特点，在感性的感受中渗透理解，融汇理解，把握对象的审美价值。任何的本质认识都要有思维，不经过思维就达不到把握对象的本质。审美作为认识的特殊形式也运用思维，和一般认识所不同的地方在于它主要是运用形象思维，不在某个阶段上离开感性具体进行单独的抽象思维，即主要不依靠概念而达到普遍性，不进行抽象判断推理而达到本质，表现为二律背反的矛盾性。但也不能认为在审美过程中完全排除概念，有些复杂的审美活动特别是审美创造往往也借助概念分析思考，不过那是辅助性的暂时性的，不导向纯概念运动，审美思维的元素主要是表象，审美是形象地把握客观审美对象。

一般认识的感性认识阶段既然也是通过感觉、知觉和表象反映客观事物的形象，为何不达到本质认识，而审美的形象反映却能达到本质认识呢？关键在于一般的感性认识阶段

虽然在头脑中产生了许多印象，却只是对各个事物表面现象的初步认识，未经选择和加工，是认识的原始材料。而审美对象，特别是艺术形象，是艺术家对现实生活进行深入观察、体验、分析和研究，选取并凭借种种具体的感性材料，通过想象、联想和幻想，伴随强烈的感情和鲜明的态度，运用集中概括的方法所塑造的完整而有思想内容与审美意义的生动图画，它们具有典型性，在鲜明独特的个性中反映着一定社会本质的某些方面，比普通的实际生活更高，更强烈，更有集中性，更带普遍性，包含深刻的社会意义。艺术家在其塑造形象中体现着本质认识，审美大众对这类艺术形象的审美经过复杂的心理活动，也从具体形象进入本质认识。简单审美中的理解还来源于人类审美文化的积淀。

一般的理性认识，特别是科学理论，以概念进行判断推理，通过抽象的逻辑思维揭示客观事物的本质和规律，其特点是观念确定、条理分明。审美认识有所不同，虽然达到普遍性的本质的认识，但由于其感性形象特点，使认识往往带有某种不确定性和不可言传性。

一般理性认识，特别是科学理论认识，是冷静的，严格遵循事物的客观规律，不介入或很少介入情感，不以情感的满足与否为目的，科学认识中不含着主体的评价。审美则不同，在对对象审美价值的把握中同时也就进行着审美评价，不但反映客体美，同时反映客体对主体的意义、客体美与主体情感需要之间的关系。审美过程始终贯穿情感活动，以情感愉悦为目的。

审美活动具有个体的超功利性和社会的功利性的二重性。这里指的是专门的活动。多数审美个体的审美享受，通常是根据爱好和条件随机进行的，一般不带有某种现实的功

利目的，大抵为了消遣、娱乐、寄托和抒发情怀。审美享受中的情感激荡不导致对审美对象的功利行为和世俗要求，审美是无私的，表现为超眼前声色货利的纯洁心态。我们每个人在欣赏艺术作品时都有这种体验。但是从社会角度看，审美文化又具有很强的社会教育性质，寓教于乐，动人以情，净化心灵，提升人格，审美价值所唤起的无私性在最高程度上有益于社会，加强社会的精神文明建设。繁荣文化艺术，倡导体现历史潮流的审美范型，开展多方面多层次的审美教育，是社会的有目的有计划的功利活动。

三、审美能力

审美能力与审美需要密切联系，互为导向，互相促进。审美能力包括审美享受力和审美创造力两个方面。审美享受力是审美主体把握审美对象的能力系统，由审美注意力、审美感知力、审美想象力、审美理解力、形象记忆力等审美心理结构能力组成。审美创造力是以上述能力为条件运用美的规律创造富有新意的审美对象的能力。在艺术创作中要善于形象思维、巧妙构思和生动表现。要求艺术家有先进的立场观点，能够深刻地透视生活，搜集丰富的素材，进行筛选、集中和创造加工，并有娴熟高超的艺术传达技巧。

审美能力是一个复杂的立体网状结构。横向上涉及自然美、社会美和艺术美各个领域的对象，艺术美又有许多具体部门，以及古今中外，审美对象极为宽泛。纵向上从优美到崇高，从娱乐艺术到内容深刻的严肃艺术，从下里巴人的小曲、秧歌到阳春白雪的芭蕾、大型交响乐，从口头文学到全面反映一个时代的鸿篇巨著，从剪纸、泥塑、漫画到著名国画、油画和现代抽象美术作品，人们的审美趣味、欣赏水平